配音文化的生命力：人设文化视角下 IP 人物的塑造及其影响

邓妍

北京印刷学院 北京 100000

摘要：配音行业在近几年逐渐从幕后贡献的角色转变向台前盛名的代表，配音的存在以及其所蕴含的文化都在各类形式 IP 作品的创作中，为作品中人物形象的成功塑造注入了灵魂及强大的生命力。而这种生命力的现实化是以多样化的存在形式呈现的，本文将结合近年来火热的人设文化探讨配音为 IP 作品中人物成功塑造所提供的特殊魅力以及在未来如何有效利用其特点加以发展。

关键词：配音文化、“人设”文化、IP 人物

近年来各类的 IP 作品大爆，其中的各个人物角色也成为了讨论度一骑绝尘的“人气新星”，而在这一片火热的讨论声中，还夹带着一个在从前颇为不起眼的幕后行业—配音行业。不论是影视剧还是游戏、动漫还是广播剧，每个人物角色背后的配音演员都成为了人们感兴趣并相继进行了解的对象，都声称是“他们成功的塑造了人物”。而这一现象的产生深究其因则是 IP 作品中的人物角色都有其自身特定的人设和形象设计，当形象完美呈现时，其配音则成为了构建这个完美形象的最为重要的基石。在 IP 作品的粉丝群体心目中，这些人物角色是完美的符合作品设定以及她们个人自我呈现与想象的欲望和印象的，所以当完美的人物形象搭配上配音演员极具磁性的声音魅力和语言演绎时，这些人物角色才能够全面的呈现受众心中的完美人设，从而才能让这些人物角色更具生命力的存在于现实世界。

一、赋予灵魂：IP 人物与配音演员的一体化破次元存在

IP 作品不论是在游戏、影视还是动漫、广播剧等各领域内的火爆，除去制作、演员等主要因素外，不可或缺的自然是配音演员为 IP 作品中人物角色的灵魂搭配，当观众们看到经过配音的 IP 人物时，其所说过的话语以及语气、音色等都成为了 IP 作品中人物角色原生设定之外的人物代表特征，从而使得这些作品中的虚拟人物不再局限于屏幕内的存在，而是借助配音演员完整了它的声、形、色等各方面的存在，让这些虚拟人物以各种另类特别的形式破次元的存在于“现实”。

（一）以 IP 人物的周边产品经济化存在

IP 人物周边产品具体分为两大类的延伸产品，一类是大热 IP 制作的影视剧相关周边产品，这类产品大多是以影视剧相关指向性物品或主演演员的延伸产品；而另一类则是动漫、游戏、小说还有广播剧等完全虚拟人物形象存在的相关周边产品，这一类产品周边更依赖于配音演员的演绎和意义附加，正是由于配音演员为它们赋予了更加完整的形象塑造，才使得这些虚拟人物可以跳脱出作品的局限获得人们的喜爱并愿意为之消费。例如近年来火爆的手游《王者荣耀》，有大批玩家为其充值消费并不是仅仅为了游戏的玩法升级体验，而是单纯为了游戏中各类游戏角色的[1]外观“皮肤”更换，每当有一套特定人物的皮肤更新时，随之更新的还有这个人物皮肤背后的延[2]

[1] 徐香玉. 新媒体视域下“人设”现象的文化研究[D].湖北师范大学,2021.

[2] 李雅欣. 融媒体视角下虚拟偶像人设符号的构建和维系[J]. 新媒体研究,2021,7(14):101-103.

伸故事，其游戏配音也会相应的进行更新。这个游戏中角色特定的配音也成为了游戏宣传的一大特色，例如以“萝莉音”吸引到大量关注和喜爱的“安琪拉”、“小乔”等游戏角色，配音为其角色增添了特别的宣传点，并在某种程度上增添了角色形象设计的多样性，使得这些虚拟人物角色以各类周边产品如手办、立牌、抱枕等各类经济化的方式存在于现实。

（二）以 IP 人物的粉丝群体社会性存在

不同于 IP 作品本身的粉丝群体，热衷于作品中人物角色的粉丝团体更加依赖于配音演员及配音形式的存在，她们以其配音演员的演绎以及参与的活动和部分配音演员的个人性格特色与喜爱的人物角色相融合，将自己脑海中所塑造的人物形象以及人物人设填充的更加完美和丰满，最大程度的真实接近于自身存在的社会现实。以更现实的例子来说明的话，正如近年来火爆的乙女向游戏《恋与制作人》中的“霸道总裁李泽言”，其游戏形象精致且完美，搭配游戏剧情和人设，一个女性所憧憬的绅士温柔的霸道总裁形象成为了受众所追捧沉迷的人物角色，在此基础之上，配音演员吴磊富有磁性的声音魅力使得李泽言形象更加完整立体的存在于其粉丝群体中，粉丝群体购买他的相关产品周边，将他的语音设为自己的铃声，将自己沉浸式的代入游戏女主人公的角色，享受游戏所设定的恋爱过程。在这类粉丝群体的享受与爱恋下，这些虚拟人物不再仅仅是虚构的、二次元的遥远存在，而是成为了她们生活中不可或缺的伴随性人物，是可以给予她们陪伴和心理安慰的“三次元”存在。在这个过程中，配音演员可谓是为他们注入灵魂的关键，只要配音演员为特定的人物场景配上特定的语音，当人物形象出现的那一刻，可以在看到它的同时听到它的声音，才是对粉丝而言，这个人物完整鲜活的社会性存在的证明。

二、身体通感：听觉注意力转向促进 IP 人物形象塑造

人的视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉等多种感觉是互通的，视觉与听觉的互通最为普遍。人的注意力因为视觉丰富带动听觉丰富，所以当不具有实体性的 IP 作品中的人物角色，在如今视觉化如此不可或缺的当下，衍生了一系列形象设计与塑造的视觉化内容，精美绝伦的形象设计搭配设计精巧的配音形式，使得受众从简单的视觉注意力转向市场成为视听结合的身体通感市场，二者感官的结合有效的促进了人物形象的全面塑造。例如当下流行的现代网络广播剧不断运用进步的录音、声音处理、混音等技术展开场景描写、故事情节和人物塑造，利用声波的优化开发听众的视觉想象力，使听众产生闻其声如见其人、如临其境的艺术美学效果。配音之所以可以在 IP 人物塑造的过程中担当如此重要的一环，都是因为其契合了受众在体验事物时的各种感官需要，使得受众获得了极度满足的体验，才足以评价配音对于 IP 人物塑造时的独特生命力。

（一）空间感：听觉合成空间与人物存在环境的形成

对于大多数人来说，眼睛和身体感受到耳朵是自己的第一个空间，实体空间。声音从某种程度来说可以塑造另一个空间，人们能在移动音频下感受到输入空间、类属空间、合成空间三者发生的映射关联，构建虚拟与现实空间的共性信息，使得个人主体与虚幻故事所处的两个不同场景重叠。如乙女向游戏《恋与制作人》中的“特警男友白起”，其设定是具有一定操纵风的能力的保护型男友，他的名台词便是“只要你在风里，我就能找到你。”，在这句名台词的配音中，除了配音演员阿杰的深情演绎外还可以清晰地听到背景音中的微风声，听众在类属空间的基础上将自身所存在的现实世界与有声虚拟世界发生“化学反应”，得到一个虚拟想象的合成空间，故事念白和细腻背景音的搭配使得“深情告白”的场景搭建得更加真实，听众置身其故事中并更容易[3]与人物“共情”。

闭上眼睛，听觉带来的独立空间场景具有深层意义，其意义在于现代网络城市居民渴望有一个明确属于自己的精神空间，该空间与身体感知相协调，给孤独、寂寞、伤感等情绪提供一种慰

---

3 郭泽辉. “人设”文化视角下角色扮演类虚拟社交应用的交互设计研究[D].江南大学,2021.

藉和宣泄。现代广播的听觉合成空间搭建了一个令个人信任和依赖的精神世界，并借由配音演员[4]对于各类故事情节的演绎，在这个精神世界里塑造了更多自身喜爱的陪伴者，使得这个精神世界[5]超越了现实世界的复杂与压力，沉浸的体验另一种不可得的虚拟世界的故事情节。

（二）时间感：超文本碎片时间的流动及即时的伴随

移动互联网全面普及让用户的上网时间变得碎片化，而音频恰好是满足碎片化需求的优势内容载体。媒体人罗振宇曾提出了一个“国民总时间”的概念，其中心思想是，“时间会成为商业的终极战场，每个消费升级的行业都需要争夺时间”。在时间维度上，文化传播媒体行业的各个分支成为竞争对手。人们在走路、开车、做家务时没办法看东西，视频和文字进入不便。声音却具有独占性，移动音频产品的使用时长媲美甚至高于移动视频，能通过布局各类有价值的场景，有效抢占移动互联网用户更多碎片时间。如蜻蜓 FM 以睡眠等更精细垂直的场景布局，喜马拉雅 FM 侧重知识学习布局，荔枝以语音直播为核心的布局。

而对于 IP 作品来说，不论是影视剧还是小说形式，都需要一定时间内的专注视觉注意力，并且其具有局部性，小说或者影视剧在观看一段时间内不足以完整了解人物角色特点和故事内容，但当将视觉化的 IP 作品与听觉化的配音相结合时，不但可以使受众在碎片化的时间内了解故事内容并且可以凭借配音的背景音塑造沉浸式体验空间感，还可以借助配音演员的演绎了解人物角色设定、性格等方面。

（三）自我感：自我生产逻辑与人物情感交互逻辑的满足

不论是传统的音频内容形式，还是现在的移动音频内容形式，都有一个明显的功效，即满足人们的自我感。满足自我感是一切听觉产品的共性，如流行音乐对自我精神的莫名鼓舞力量。在各类视频产品，如抖音、快手等短视频火热的当下，听觉产品是较为简单的一种媒介信息传递方式。当耳机插入耳朵，噪音就被隔绝，世界处于世俗的经验之外。“自我独处的时刻才是真正的自我时刻，耳机的作用在于让‘自我’这个原本具有哲学意义的抽象概念变成可以清晰感受到的生活现象。”

而 IP 作品中不论是故事情节还是人物角色设定，在某种程度上都是满足了听众某种自我生产逻辑或是人物情感的交互逻辑满足了其自身的情感空缺或喜好，如有一部分人针对异性的喜好选择上格外钟爱具有声音魅力的人，而正好大批具有配音的广播剧等音频内容形式满足了其自身喜好，当其喜爱的声音演绎情感故事时，可以更好的代入自身获得自我情感满足又或是 IP 作品中人物角色设定是冷静睿智，则其配音演员定是具有稳定温和的声线，当聆听作品时，受众则会更好的满足沉浸故事的情感需求。

广播植入耳朵是叙事性文本的植入，被编码的信息经过自我解析、自我传播、自我感染、自我认同等流程，让听众消费听觉产品的同时也享受着自我思维迸发活跃的过程，这在一定意义上也是现代网络城市居民自我生产逻辑形式的满足。

（四）精神快感：声音崇拜者的身心愉悦与沉浸想象满足

人在逐渐形成社会认知后会脱离对完全拟真的母体内声音的依赖，对一些具有明显特征的感官或心理刺激会有不同程度的生理反应。无论是游戏配音还是文字或动漫作品配音这一系列的听觉产品都给人一种纯感知的精神享受，是被统治的生理现象，不包含个人意识层面，却让人留恋、[67]沉迷，培养了一批又一批声音“教徒”。听众会根据自身对人物角色及人设的理解来进行声音的

4 王紫钰. 耳朵经济繁荣时代的受众心理[J]. 青年记者,2019,(17):6-7.

[8]匹配选择，当声音极度符合人物设定和特性时，听觉更容易获得身心愉悦的精神快感，也正因为听众自身的精神快感理解与频率不一定能够完全重合，所以在配音行业也会经常发生配音作品中的配音演员引发粉丝不满的情况，她们会根据自身对人物角色设定的理解陈列出选定的配音演员为何不适合的理由，并票选推举出她们认为的更适合的配音演员。这种事件的发生也正是可以从侧面反映出配音对于人物角色塑造对于听众群体的重要性。

配音文化并不是新生代发展的产物，只是过去总是作为不起眼的幕后产业文化，而如今越来越多虚拟文化作品的产出以及虚拟人物相关行业的发展，使得配音文化渐渐的走向了台前，让越来越多的人看到了配音的重要性以及在人物塑造过程中独特的赋予生命魅力的特点。从作品的各类形式的完整呈现到作品人物角色的完美塑造；从虚拟人物角色在现实世界犹如真实的存在到满足各类喜好的听觉受众的感官体验，配音文化都不遗余力的呈现着自身的魅力，但与此同时需要注意到的还有配音行业的正确发展，如何积极利用其积极影响将配音行业发展引导走向更光明的未来都是后续需要关注及探讨的重点。